

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
NIVEA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA  
PRODUK NIVEA DI KOTA BINJAI)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**LIVI SUSANTI  
NIM: 19.711.0590**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**THE EFFECT OF PRICE, ADVERTISING AND BRAND IMAGE  
ON NIVEA PRODUCT PURCHASE DECISIONS  
(CASE STUDY ON NIVEA PRODUCT  
USERS IN BINJAI CITY)**

**FINAL RESEARCH**

By:

**LIVI SUSANTI  
STUDENT NUMBER: 197110590**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
MIKROSKIL UNIVERSITY  
MEDAN  
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
NIVEA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA  
PRODUK NIVEA DI KOTA BINJAI)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**Livi Susanti**  
**NIM: 19.711.0590**

Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing,



**(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)**

Medan, 13 Februari 2023  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen



**(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 197110590

Nama : Livi Susanti

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Nivea Di Kota Binjai)

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 13 Februari 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Livi Susanti

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Studi Kasus Pada Pengguna PProduk Nivea Di Kota Binjai). Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 96 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea di kota Binjai, sedangkan Iklan dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea di kota Binjai. Hasil uji secara simultan yang menunjukkan bahwa ketiga variabel Harga, Iklan dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea di kota Binjai. *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel Harga, Iklan dan Citra Merek dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 67,2% dan sisanya sebesar 32,8% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Keputusan Pembelian, Harga, Iklan dan Citra Merek.*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of price, advertising and brand image on purchasing decisions for Nivea products (Case Study on Nivea product users in Binjai City). This study used an accidental sampling technique which was carried out using a questionnaire method for 96 samples. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Partial testing shows that the price variable has no effect on purchasing decisions for Nivea products in the city of Binjai, while Advertising and Brand Image have an effect on purchasing decisions for Nivea products in the city of Binjai. Simultaneous test results show that the three variables Price, Advertising and Brand Image influence the Purchase Decision of Nivea Products in the city of Binjai. Adjusted R Square indicates that the variables Price, Advertising and Brand Image can explain the variation in the Purchase Decision variable by 67.2% and the remaining 32.8% is explained by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Purchasing Decision, Price, Advertising and Brand Image.*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

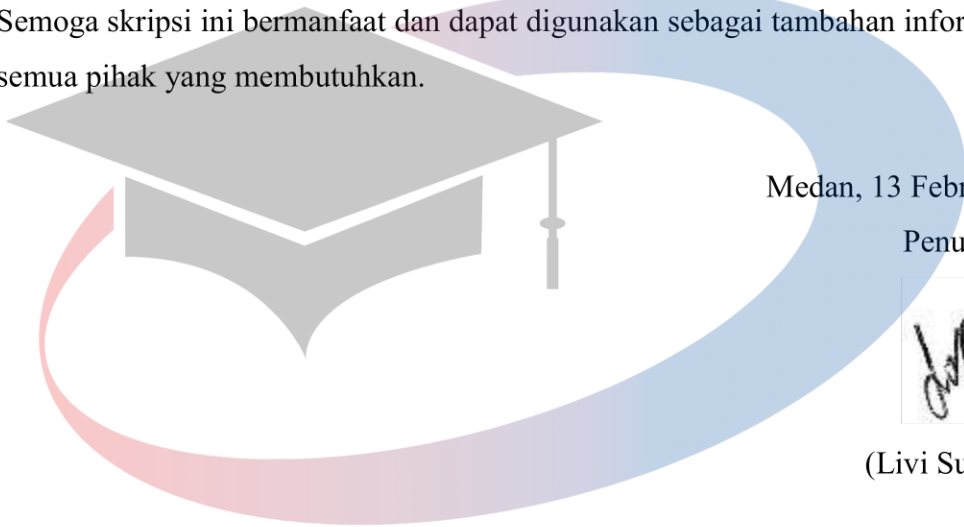
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Nivea Di Kota Binjai).”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bimbingan, dukungan, nasihat serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, arahan dan bimbingan serta motivasi yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, arahan dan bimbingan serta motivasi yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S. Kom., M. Sc, PhD., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan, yang telah banyak mendukung dalam kelancaran akademis.
4. Ibu Agustina, S. Kom, M. Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan, yang telah banyak mendukung dalam kelancaran akademis.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan, yang telah banyak mendukung dalam kelancaran akademis.
6. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si., selaku dosen wali saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar program studi Manajemen di Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Orang tua penulis, Bapak Ali Susanto dan Ibu Lai fina yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tidak terhingga.

9. Teman seperjuangan penulis Dewi Lorista, Yunny Cristina dan Silvyani Salim yang telah memberikan motivasi motivasi semangat dan meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Pihak-pihak yang tidak disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian ini dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Medan, 13 Februari 2023

Penulis,

(Livi Susanti)

# UNIVERSITAS MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Originalitas Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.2 Harga .....	14
2.1.3 Iklan.....	17
2.1.4 Citra Merek .....	18
2.2 Review Peneliti Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Obejek Penelitian .....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	29
3.4.1 Populasi.....	29

3.4.2	Sampel.....	29
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	30
3.6	Metode Analisis Data .....	32
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	32
3.6.2	Pengujian Kualitas Data .....	33
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik .....	33
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	38
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.2	Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner .....	39
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	39
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	40
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data .....	44
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	47
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis .....	53
4.2	Pembahasan .....	55
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.2.2	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
4.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.2.4	Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>63</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Survey Variabel Harga. ....	3
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survey Variabel Iklan.....	4
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survey Variabel Citra Merek.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	51



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert .....	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	41
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan .....	41
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	42
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Iklan.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek .....	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji Glejser.....	52
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	54
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	54
Tabel 4. 22 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	63
LAMPIRAN 2 TABULASI HASIL KUESIONER.....	68
LAMPIRAN 3 HASIL SPSS .....	79



# UNIVERSITAS MIKROSKIL